

NAZIV PREDMETA		Poslovno pregovaranje					
Kod	EUBB17	Godina studija	3				
Nositelj/i predmeta	prof.dr.sc. Mirela Mihić doc.dr.sc. Ljiljana Najev Čačija doc.dr.sc. Ivana Kursan Milaković	Bodovna vrijednost (ECTS)	5				
Suradnici		Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S	V	T	
			26		26		
Status predmeta	izborni	Postotak primjene e- učenja	20%				
OPIS PREDMETA							
Ciljevi predmeta	Cilj ovog kolegija jest upoznati studente s komunikacijskim i prodajnim vještinama i tehnikama, umijećem i taktikama pregovaranja te ih osposobiti da istima ovladaju i da ih u danoj poslovnoj situaciji primijene. Studenti će moći primijeniti odgovarajuće pristupe i metode u pojedinim fazama prodajnog procesa u cilju prilagodbe prodajnog nastupa pojedinom kupcu ili grupi kupaca i stvaranja/građenja dobrog odnosa s kupcem.						
Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Propisani Statutom Ekonomskog fakulteta, te Pravilnikom o studiju i studiranju. Poznavanje osnovnih programa Microsoft Office-a.						
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	Ishod učenja predmeta: 1. Analizirati komunikacijske i prodajne vještine, kao i češće korištene taktike pregovaranja te ih povezati sa danim poslovnim i životnim situacijama.						
	Pojedinačni ishodi učenja: 1. Procijeniti odgovarajuće ponašanje prodajnog osoblja temeljem identificiranih komunikacijskih vještina/stilova kupca/barijera u komunikaciji; 2. Analizirati korištene pristupe i metode u pojedinim fazama prodajnog procesa u cilju prilagodbe prodajnog nastupa kupcu/grupi kupaca.; 3. Identificirati taktike pregovaranja oponenta/druge strane sa svrhom efikasnog odgovora na iste.; 4. Identificirati važnije čimbenike koji utječu na kroskulturno pregovaranje.						
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave	Predavanja		Sati	Vježbe		Sati	
	Uvod u osobnu prodaju. Upoznavanje s načinom rada. Pojam, uloga i značaj prodavača. Predrasude o prodajnoj profesiji.		2	Uvod u projektni zadatak – svrha, ciljevi i način izrade.		2	
	Komunikacijski proces. Verbalna komunikacija. Slušanje. Barijere uspješnog komuniciranja.		2	Podjela tema projektnog zadatka i njihovo objašnjenje.		2	
	Neverbalna komunikacija		2	Neverbalna komunikacija – tumačenje neverbalnih znakova i odgovor na iste.		2	

	Osnovni komunikacijski stilovi	2	Određivanje vlastitog komunikacijskog stila i stila sugovornika.		2	
	Faza pripreme prodavača. Traženje potencijalnih kupca. Pristup kupcu	2	Metode traženja potencijalnih kupaca. Pristup kupcu.		2	
	Pristup kupcu telefonom	2	Pristup kupcu telefonom. Prezentacija dijela projektnog zadatka i diskusija.		2	
	Istraživanje i identificiranje potreba kupaca.	2	Istraživanje i identificiranje potreba kupaca. Prezentacija dijela projektnog zadatka i diskusija.		2	
	Prezentiranje proizvoda/usluge.	2	Prezentiranje proizvoda/usluge. Prezentacija dijela projektnog zadatka i diskusija.		2	
	Otklanjanje prigovora.	2	Prezentiranje proizvoda/usluge (nastavak). Prezentacija dijela projektnog zadatka i diskusija.		2	
	Zaključivanje prodaje.	2	Otklanjanje prigovora. Prezentacija dijela projektnog zadatka i diskusija.		2	
	Postprodajni kontakt s kupcem. Suočavanje sa stresnim situacijama.	2	Zaključivanje prodaje. Prezentacija dijela projektnog zadatka i diskusija.		2	
	Osnove pregovaranja. Strategija i taktike pregovaranja-pogađanja, uz odgovor na taktike suprotne strane.	2	Postprodajni kontakt s kupcem. Prezentacija dijela projektnog zadatka i diskusija.		2	
	Pregovaranje s inozemnim poslovnim partnerom.	2	Prezentacija projektnog zadatka, uz davanje osvrta/komentara na iste.		2	
Vrste izvođenja nastave:	☐ <u>predavanja</u> ☐ seminari i radionice ☐ <u>vježbe</u> ☐ <i>on line</i> u cijelosti ☐ <u>mješovito e-učenje</u> ☐ terenska nastava		☐ <u>samostalni zadaci</u> ☐ multimedija ☐ laboratorij ☐ mentorski rad ☐ gost iz prakse			
Obveze studenata	Da bi ostvario pravo na potpis redoviti student mora pohađati predavanja i vježbe minimalno 60% (pri čemu nije moguće kompenzirati jedno s drugim), pristupiti evaluacijskim zadacima (minimalno njih 2), te izraditi 50% projektnog zadatka, pri čemu isti mora biti pozitivno ocijenjen.					
Praćenje rada studenata (<i>upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta</i>):	Pohađanje nastave	1.6	Istraživanje		Praktični zadaci/evaluacijski testovi	0.2
	Eksperimentalni rad		Referat		Aktivnost u nastavi	
	Esej		Seminarski rad		(Ostalo upisati)	
	Kolokviji	1.9	Usmeni ispit		(Ostalo upisati)	
	Pismeni ispit	1.9*	Projekt	1.3	(Ostalo upisati)	

2021./2022.

19/10/21-2.Sj.FV

Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Ispit se sastoji od pisanog dijela te izrade grupnog projektnog zadatka i njegove usmene prezentacije. Broj studenata u grupi određuje nastavnik. Projektni zadatak će se sastojati od više dijelova (7 zadataka), a radit će se kontinuirano tijekom godine. Pojedini dijelovi prezentirat/diskutirat će se kontinuirano na vježbama, dok će se završna prezentacija (dvije faze prodajnog procesa po izboru nastavnika) održati na predavanjima. Tijekom godine organizirat će se dva kolokvija. Uvjet za pristupanje drugom kolokviju je pozitivno ocijenjen prvi kolokvij. Ispit se smatra položenim ako je student: - ostvario prolaznu ocjenu iz pisanih provjera znanja (minimalno 50% iz oba kolokvija) - predao i pozitivno izradio projektni zadatak, odnosno ostvario pozitivnu ocjenu iz svih njegovih dijelova. - aktivno sudjelovao u prezentaciji projektnog zadatka Ukupna ocjena će se zaključiti na temelju ocjena I i II. kolokvija, kao i ocjene projektnog zadatka u omjeru 30%:30%:40%, pri čemu na projektni zadatak (analiza pojedinih faza prodajnog procesa) otpada 30%, a njegovu prezentaciju 10%. Bodovni pragovi (%) i odgovarajuće ocjene za pisane provjere znanja iznose: 0-49 nedovoljan (1) 50-62 dovoljan (2) 63-75 dobar (3) 76-88 vrlo dobar (4) 89-100 izvrstan (5) *Ukoliko student ne zadovolji na kolokvijima dužan je polagati završni ispit u pisanom obliku. Ako je student ostvario ukupnu ocjenu između dvije pozitivne ocjene (npr. između 3 i 4), pri čemu je pohađao nastavu 77% i više, zaključit će mu se ona viša. Studenti koji su pohađali nastavu manje od 77% za višu ocjenu mogu odgovarati ako to žele.			
	Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov	Broj primjeraka u knjižnici	Dostupnost putem ostalih medija
		Mihić, M., <i>Upravljanje osobnom prodajom: Vještine prodaje i pregovaranja</i> , Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, prosinac 2008.	10	
		Materijali dani na nastavi		Moodle
Dopunska literatura	Udžbenici i knjige: Tomašević Lišanin, M., <i>Profesionalna prodaja i pregovaranje</i>, HUPUP, Zagreb, 2010. Mihić, M., <i>Kroskulturno ponašanje potrošača i marketinška komunikacija (Poglavlje: Kroskulturno pregovaranje u prodaji)</i>, 2010., Ekonomski fakultet u Splitu, 2010. Pease, A., Pease, B., <i>The Definitive Book of Body Language: The Secret Meaning Behind People's Gestures</i>, 2004. Ostali izvori:			

	Vijesti/članci s portala/časopisa Poslovni dnevnik (www.poslovni.hr) Vijesti/članci s portala Lider (www.liderpress.hr) Internet stranice koje nude sadržaje o poslovnim običajima, bontonu i etici u međunarodnom poslovanju, kao npr. one tvrtke Kwintessential (https://www.kwintessential.co.uk/resources-types/guides)
Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja	• Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata (nastavnik) • Nadzor izvođenja nastave (prodekan za nastavu) • Analiza uspješnosti studiranja po svim predmetima studija (prodekan za nastavu) • Studentska anketa o kvaliteti nastavnika i nastave za svaki predmet studija (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete) • Ispitom koji provodi predmetni nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta. Periodično se vrši provjera sadržaja ispita, temeljem koje se utvrđuje primjerenost načina provjeravanja ishoda učenja (prodekan za nastavu)
Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)	